

Untersuchung zur Wirkungsweise der EDEKA-Kampagne "Bewusste Ernährung"

Seite 1

Hallo zusammen,
mein Name ist Laura und ich bin Studentin im Studiengang Angewandte Medien an der Hochschule Mittweida.
Im Rahmen der Bearbeitung meiner Bachelorarbeit möchte ich die Wirkungsweise von modernen Werbekampagnen untersuchen.
Dafür habe ich mir die aktuelle EDEKA-Kampagne "Bewusste Ernährung", welche unter dem Hashtag #issso Werbeinhalte verbreitet, herausgesucht. DANKE, dass ihr euch ein paar Minuten Zeit nehmt.

Beste Grüße, Laura

EDEKA-Kampagne #issso



TV-Spot "Zauberhaft"



Seite 2

Bevor Du mit der Umfrage beginnst, schau Dir bitte diese beiden Spots an:

Online-Spot "EATKARUS" <https://www.youtube.com/watch?v=To9COZq3KSo>

TV-Spot "Zauberhaft" <https://www.youtube.com/watch?v=cRYH9yWFmVY>

Seite 3

Beginnen wir mit einer allgemeinen Frage: Was ist Dir bei Werbung wichtiger? *

Unterhaltung Informative Produktpräsentation

Hast Du bereits vor dieser Umfrage von der EDEKA-Kampagne "Bewusste Ernährung" gehört? *

ja

nein

Seite 4

Hast Du dich aktiv an der Kampagne beteiligt? *

ja

nein

Wenn ja, inwiefern hast Du dich beteiligt? *

"Apple Break Challenge"

Gewinnspiel

Interaktion über soziale Netzwerke (d.h.: klicken, liken, kommentieren etc. von EDEKA-Beiträgen, verlinken von Freunden)

Über welche Werbekanäle hast Du die Kampagne, oder Teile davon, wahrgenommen? *

Mehrfachantworten sind möglich

- TV-Spot "Zauberhaft"
- Online-Spot "EATKRUS-Iss so wie der, der du sein willst"
- Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter, Instagram)
- EDEKA-Zeitschrift
- Ich wurde durch Freunde aufmerksam, die mich über Facebook oder Instagram auf Inhalten der EDEKA-Kampagne verlinkt haben
- YouTube-Channel "Der EDEKA Genuss-Kanal"
- EDEKA-Website
-

Über welchen Werbekanal hast Du dabei ZUERST von der Kampagne erfahren? *

- TV-Spot "Zauberhaft"
- Online-Spot "EATKARUS- Iss so wie der, der du sein willst"
- Soziale Netzwerke (Facebook, Instagram)
- EDEKA-Zeitschrift
- EDEKA-Website
- Ich wurde durch Freunde aufmerksam, die mich über Facebook oder Instagram auf Inhalten der EDEKA-Kampagne verlinkt haben
- YouTube-Channel "Der EDEKA Genuss-Kanal"

Was ist Dir bei der Kampagne am meisten in Erinnerung geblieben? *

Beispielsweise könnten das Bilder, Personen, Emotionen, Handlungen, Grafiken, Aussagen/Botschaften etc. sein

Betrachten wir nun die Kampagne im Ganzen: Inwiefern treffen diese Aussagen auf Dich persönlich zu? *

	trifft überhaupt nicht zu	trifft eher nicht zu	teils-teils	trifft eher zu	trifft völlig zu
Du warst direkt nachdem du von der Kampagne erfahren hast in einer EDEKA-Filiale, um dich von dem Sortiment zu überzeugen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EDEKA kann Dein Bedürfnis nach gesunder und bewusster Ernährung durch ein ausgewogenes und frisches Sortiment erfüllen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Du hast festgestellt, dass Du auf verschiedenen Werbekanälen mit der Kampagne konfrontiert wurdest	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das war für dich spürbar aufdringlich und unangenehm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Du hast dich durch die Kampagne unterhalten gefühlt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Du bemerkst unter den einzelnen Marken einen andauernden Konkurrenzkampf in Bezug auf die Werbung/ es herrscht ein regelrechter Kampf um Aufmerksamkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Trifft diese Aussage auf Dich persönlich zu? "Die Kampagne hat mich dazu veranlasst, meine Ernährung zu überdenken. Ich ernähre mich nun gesünder und achte auf eine ausgewogene Ernährung." *

- trifft überhaupt nicht zu
- trifft eher nicht zu
- teil-teils
- trifft eher zu
- trifft völlig zu

Trifft diese Aussage auf Dich persönlich zu? "Durch die Kampagne hat sich mein Einkaufsverhalten verändert. Ich gehe nun regelmäßiger zu EDEKA." *

- ja
- nein

Seite 7

Bitte nenne Gründe, weshalb Du nach dem Sehen der Kampagne nicht regelmäßiger zu EDEKA gehst: *

Mehrfachantworten sind möglich. Wenn nötig, nenne weitere Gründe.

- Ich habe vorher auch schon regelmäßig bei EDEKA eingekauft
- Ich habe das Gefühl, die Kampagne erzeugt eine "Traumwelt" und schreckt mich daher eher ab
- Die Kampagne hat mich einfach nicht überzeugt
- Das Angebot vor Ort in einer Filiale hat mich nicht überzeugt
- Ich habe in meiner näheren Umgebung keine Filiale, deshalb gehe ich aus Prinzip nicht zu EDEKA und suche stattdessen andere Supermärkte auf
- Auch andere Supermärkte bieten frische und hochwertige Lebensmittel an.
- Die Preise sind mir zu hoch im Vergleich zu anderen Supermärkten
-

Markenimage: Wie sehr treffen diese Aussagen rein gefühlsmäßig auf die Marke EDEKA zu? *

Skala von 1="trifft überhaupt nicht zu" bis 6="trifft völlig zu"

	1	2	3	4	5	6
Die Marke steht für hohe Qualität und Frische bei Lebensmitteln	<input type="radio"/>					
Die Marke steht für eine gesunde und bewusste Lebensweise	<input type="radio"/>					
Sympathische Marke	<input type="radio"/>					
Auffallende Werbung	<input type="radio"/>					
Bei dieser Marke besteht Gefahr, enttäuscht zu werden	<input type="radio"/>					
Für diese Marke bin ich gerne bereit, mehr zu bezahlen	<input type="radio"/>					
Die Marke passt zu mir und meiner Persönlichkeit	<input type="radio"/>					
Erfolgreiche Marke	<input type="radio"/>					
Zu dieser Marke habe ich großes Vertrauen	<input type="radio"/>					
Weiblichkeit	<input type="radio"/>					
Männlichkeit	<input type="radio"/>					
Freundschaft	<input type="radio"/>					

Inwiefern trifft diese Aussage auf Dich zu: "Die Kampagne hat meiner Meinung nach das Image der Marke EDEKA verändert." *

- Ja, für mich persönlich hatte die Marke EDEKA vor der Kampagne ein anderes/ eher gegenteiliges Image.
- Nein, ich habe bereits vor der Kampagne so über EDEKA gedacht.

Nun noch etwas zu Deiner Person:

Alter: *

- unter 14 Jahre
- 14- 29 Jahre
- 30-39 Jahre
- 40-49 Jahre
- 50 Jahre und älter

Geschlecht: *

- weiblich
- männlich
- keine Angabe

Postleitzahl: *

» [Umleitung auf Schlussseite von Umfrage Online \(ändern\)](#)